

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Distribusi adalah kegiatan untuk mempermudah dan memperlancar proses pemasaran suatu barang atau jasa dari produsen agar sampai ke tangan konsumen sesuai dengan kebutuhan. Distributor adalah perusahaan yang menjadi perantara yang menyalurkan produk yang diproses dan dibuat oleh pabrik lalu menjualnya ke pedagang eceran atau retailer. Untuk memulai usaha menjadi distributor, banyak hal yang harus dipertimbangkan karena perusahaan yang bergerak di bidang distribusi ini akan terikat oleh produsen pemasok barang dan segala aktivitas usaha juga akan dipantau oleh produsen.

Salah satu produsen yang memiliki banyak distributor di Indonesia adalah PT. Unilever Indonesia, Tbk. Produk-produk PT Unilever Indonesia, Tbk meliputi: Sariwangi, BlueBand, Bango, Buavita, Royco, Sunlight, Domestos, Vixal, Superpell, Wipol, Rinso, Surf, Molto, Lifebuoy, Lux, Citra, Vaseline, Ponds, Pepsodent, Close Up, Sunsilk, Tresemme, Clear, Dove, Zwitsal, Axe, Rexona, dan juga Walls. PT Unilever Indonesia Tbk, saat ini membedakan distributornya menjadi 2, yaitu distributor *ice cream* dan distributor *corporate*.

Hal yang membuat banyak distributor ingin bekerjasama dengan PT. Unilever Indonesia, Tbk adalah produk yang dipasarkan beraneka ragam, dan

dilihat dari jenis produk yang dimiliki PT Unilever Indonesia, Tbk yang sebagian besar sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, serta sudah didukung proses pemasaran melalui media massa yang cukup baik sehingga konsumen sudah mengenal produk tersebut.

Namun seiring berjalannya waktu, banyaknya jumlah distributor di Indonesia yang bekerjasama dengan PT Unilever Indonesia Tbk, ini justru berakibat kurang baik bagi distributor sendiri. Karena satu outlet besar bertipe *supermarket* bisa memiliki 2 sampai 3 distributor yang memasok barangnya. Sehingga pembelian outlet tersebut menjadi dibagi sesuai jumlah distributornya. Hal ini berakibat kurang maksimalnya pencapaian target pada distributor.

CV Bumi Arta Group adalah salah satu distributor yang bekerjasama dengan PT Unilever Indonesia, Tbk. Perusahaan ini telah membuka lima cabang yang seluruhnya memasarkan produk Unilever. Cabang tersebut ada di Blitar, Kademangan, Wlingi, Ngantru dan Boyolangu. Tidak hanya itu, CV Bumi Arta Group membuka satu cabang lagi di Blitar karena adanya pembagian distributor berdasarkan jenis outlet yang khusus mengcover outlet jenis *supermarket* maupun *minimarket*.

Seperti yang dijelaskan diatas bahwa semakin banyak distributor yang bekerjasama dengan PT Unilever Indonesia, Tbk maka pencapaian target di distributor kurang maksimal. Hal ini terjadi pula di cabang baru CV Bumi Arta Group yaitu CV Bumi Arta Blitar – LMT. Tidak tercapainya target

secara maksimal ini juga berpengaruh terhadap *financial* cabang tersebut. Mulai dari omset penjualan yang kecil namun biaya yang dikeluarkan lebih besar, piutang yang tertagih lebih lama daripada jatuh tempo yang ditetapkan, serta barang dari Unilever yang tetap datang dalam jumlah besar karena adanya kegiatan dari pusat. Hal inilah yang mengakibatkan laba yang diperoleh CV Bumi Arta Blitar – LMT ini semakin lama semakin menurun. Dan karena inilah, peneliti melakukan penelitian pada perusahaan ini dengan judul “Analisa Biaya Relevan untuk Menilai Laba guna Membantu Pengambilan Keputusan Menentukan Menutup atau Mempertahankan Suatu Usaha”.

B. Permasalahan

CV Bumi Arta Group merupakan sebuah distributor produk Unilever yang memiliki 5 cabang yang tersebar di Blitar dan Tulungagung. Pada Juni 2015, perusahaan ini membuka cabang baru di Blitar yang khusus mengcover outlet bertipe *Supermarket* dan *Minimarket* yaitu CV Bumi Arta Blitar - LMT. Namun selama tahun 2015, cabang baru tersebut belum menunjukkan peningkatan yang maksimal, justru cenderung mengalami penurunan jika dihitung rata-rata perbulan. Penurunan laba per bulan yang dialami adalah sekitar Rp 5.000.000, hal tersebut dikarenakan persaingan antar distributor yang ketat karena satu outlet dapat di *cover* oleh dua sampai tiga distributor sehingga pencapaian distributor tidak bisa maksimal, jumlah persediaan yang semakin bertambah, dan jumlah piutang yang cukup besar. Sementara untuk cabang yang lain, jika terjadi penurunan laba, penurunannya tidak sebesar

yang terjadi di CV Bumi Arta Blitar – LMT. Oleh karena itu, pemilik memikirkan alternative untuk menutup CV Bumi Arta Blitar –LMT.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat diambil dari permasalahan di atas adalah:

Bagaimana metode biaya relevan dapat digunakan untuk menilai laba guna membantu pengambilan keputusan perusahaan menentukan menutup atau mempertahankan salah satu cabang pada CV Bumi Arta Group?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa metode biaya relevan dapat digunakan untuk menilai laba guna membantu pengambilan keputusan perusahaan menentukan menutup atau mempertahankan salah satu cabang pada CV Bumi Arta Group.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti:

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pemahaman mengenai penggunaan metode biaya relevan untuk menentukan keputusan menutup atau mempertahankan salah satu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan:

Penelitian ini dapat dijadikan rekomendasi bagi perusahaan untuk menentukan keputusan menutup atau mempertahankan suatu usaha dengan menggunakan metode biaya relevan.

3. Bagi Peneliti Lain:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang selanjutnya yang akan meneliti tentang penentuan keputusan dengan menggunakan metode biaya relevan.